

Ілляшенко Н.С.

Сумський державний університет, м. Суми

## ВАРІАНТИ РОЗВИТКУ РИНКОВИХ МОЖЛИВОСТЕЙ ЗАЛЕЖНО ВІД ТИПІВ НОВОВВЕДЕНЬ<sup>1</sup>

Сучасний етап розвитку вітчизняної економіки характеризується високим рівнем конкуренції на ринку. А в умовах виходу України на міжнародні ринки (в результаті вступу до СОТ) ця ситуація загострюється. Саме тому, виникає необхідність вибору нової стратегії ведення підприємницької діяльності, яка б дозволила вітчизняним підприємствам здійснити стрімкий прорив в господарській діяльності, перейти на якісно новий рівень розвитку і мати можливість конкурувати на міжнародних ринках.

Такою стратегією на сьогоднішній день є інноваційна стратегія. Але єдиної інноваційної стратегії для всіх організацій не існує. Кожна організація навіть однієї галузі є унікальною, тому і визначення її стратегії також оригінальне. Але все ж таки є певні риси, які притаманні всім інноваційним стратегіям: а саме те, що в загальному вигляді будь-яка інноваційна стратегія стосується трьох типів нововведень: відносно продукту: існуючий/новий; щодо ринку: існуючий/новий; стосовно технології: існуюча/нова.

Типові ринкові можливості, які виникають перед підприємствами, що обирають інноваційну стратегію діяльності розглянемо у залежності від ступеня новизни товару, ринку та технології (рис. 1).

старий товар, стара технологія, старий ринок	Агресивні цінові стратегії
	Заходи щодо стимулювання збуту
	Розширення (реформування) збутової мережі
	Використання багаторівневого (сітьового) маркетингу
	Розвиток комплексу супутніх послуг
	Продаж товару з гарантією прийняти його назад
	Кредитування споживачів, надання продукції в оренду, лізинг
	Активне використання інструментів складової „people” Створення бренду з акцентом на стійкість, тривалість, постійність

Рис. 1 – Варіанти розвитку ринкових можливостей

старий товар, стара технологія, новий ринок	Вихід на нові регіони
	Охоплення нових сегментів даного ринку
	Нові способи використання старого товару
старий товар, нова технологія, старий ринок	Вихід на ринки технологій
	Агресивні цінові стратегії (можливе і збільшення, і зменшення ціни)
	Захоплення більшої частки даного ринку або його сегменту
	Диверсифікація напрямків діяльності: товар і технологія
	Диверсифікація товару – старий товар і стара технологія, старий товар і нова технологія
	Створення нового іміджу (посилення марки або бренду) з акцентом на інноваційні технології
старий товар, нова технологія, новий ринок	Вихід на нові ринки технологій і товару
	Охоплення нових сегментів ринків технологій і товару
	Нові способи використання старого товару
новий товар, стара технологія, старий ринок	Нові модифікації традиційного товару
	Нові товари, що заміняють виготовлені раніше
	Нові товари, що задовольняють існуючі потреби іншим способом
	Принципово нові товари
новий товар, нова технологія, новий ринок	Пропозиція на нових ринках нових товарів та нових технологій, що розвивають традиційні напрямки діяльності підприємства
	Пропозиція на нових ринках нових товарів та нових технологій, що розвивають зовсім нові напрямки діяльності підприємства
	Орієнтація на „ніші” ринку

Рис. 1 – Варіанти розвитку ринкових можливостей (продовження)

<sup>1</sup> Робота виконувалася за рахунок бюджетних коштів МОН України, наданих як Грант Президента України для молодих учених на виконання науково-дослідної роботи "Формування механізму управління потенціалом інноваційного розвитку промислових підприємств в контексті концепції стійкого розвитку"

Даний варіант систематизації є удосконаленням вже існуючого [1], де розглядається лише ступінь новизни товару та ринку, а про технологію мова не йдеться. Схема на рис. 1 не є закінченою і потребує подальшого розгляду, але можна стверджувати, що умовою виходу на нові ринки для України є розробка нових технологій та нових товарів.

1. Ильяшенко С.Н. Инновационное развитие рыночных возможностей: проблемы управления. Сумы: ВВП "Мрія-1" ЛТД, 1999. - 222 с.